

ABSTRAK

Tingkat literasi yang rendah di Indonesia, terutama dalam membaca dan menulis, merupakan masalah signifikan yang memerlukan perhatian khusus. Budaya literasi yang belum berkembang, ditambah dengan rendahnya minat baca di tengah pesatnya perkembangan teknologi, menjadi tantangan utama. Komunitas Pena Zillennial hadir untuk meningkatkan minat baca masyarakat di Indonesia dan mengembangkan keterampilan menulis dan berpikir kritis masyarakat. Penelitian ini bertujuan mengeksplorasi kegiatan Komunitas Pena Zillennial dalam mendukung literasi dan minat baca. Metode yang digunakan meliputi wawancara dengan pendiri komunitas serta analisis program-program yang telah dilaksanakan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Pena Zillennial berhasil menerapkan aktivitas *Social Media Marketing* dengan fokus pada interaktivitas, *informativeness*, personalisasi, dan *trendliness* melalui program literasi "Penzi Goes To TBM". Rekomendasi penelitian menyarankan agar Komunitas Pena Zillennial lebih memaksimalkan penggunaan media sosial dengan strategi pemasaran yang menekankan pada peningkatan keterlibatan pengguna dan penyebaran informasi literasi secara luas. Upaya ini diharapkan dapat meningkatkan minat baca dan budaya literasi di kalangan masyarakat Indonesia, terutama generasi muda.

Kata Kunci: Literasi, Pena Zillennial, *Social Media Marketing*